

Studie

Prof. Dr. Jan Lies

Arbeitet Public Relations abgekoppelt vom Unternehmensmanagement?

Bereich: Medienmanagement/PR- und Kommunikationsmanagement

Hamburger PR-Studien

Heft 1, 12/2009

Eine Studie* von

Prof. Dr. Jan Lies

MHMK Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation
Medienmanagement/PR- und Kommunikationsmanagement
Paul-Dessau-Str. 6
22761 Hamburg

www.macromedia-hochschule.de

Kommunikation I Strategie
Klosterstraße 28
48143 Münster

www.pr-professor.de

Hamburg/Münster, Dezember 2009

* Der Dank gilt Sarah Schuldt für ihre gute Mitarbeit.

Zusammenfassung

Zeitraum: 25/05/2009 11:29:04 - 05/06/2009 18:33:28

Befragte Unternehmen: 500

Anzahl Antworten: 84

Antwortquote 16,8 %

Kommentierung

- Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass die PR- und Kommunikationsabteilungen in ihrer Arbeit vom Management abgekoppelt werden, wenn es um die interne Einflussnahme auf imagerrelevanten Verhaltensweisen von Unternehmen oder Ministerien geht.
- Darauf weisen auch andere Studien hin, wenn es etwa um die Anerkennung von PR-Abteilungen in ihrer eigenen Organisation geht oder um die Selbsteinschätzung der Bedeutung der eigenen Abteilung im Vergleich zu Abteilungen wie Finanzen oder Vertrieb
- Die Umfrage ist nicht repräsentativ, sondern zeigt indikativ weiteren Forschungsbedarf auf.

Highlights

Ergebnis	Frage
▪ Nur 10 Prozent setzen vor allem Strategievorgaben um	5
▪ Nur 17 Prozent entwickeln Kommunikationsstrategien vor allem selbst	5
▪ Fast 50 Prozent werden meist keine Aufträge erteilt. Die Abteilung gestaltet ihre Aufträge selbst.	6
▪ Rund 45 % Prozent bekommen Kommunikationsziele von Geschäftsführung/Vorstand vorgegeben	7
▪ Rund 30 Prozent der Unternehmen werden per Balanced ScoreCard geführt	9
▪ Davon berücksichtigen gut 20 Prozent explizit die Kommunikation	10
▪ Rund 30 Prozent der Unternehmenskommunikationsabteilungen erstellen für sich keinen Leistungsbericht	12
▪ Rund 20 Prozent der Kommunikationsabteilungen wurden bisher nicht restrukturiert	13

1. Bitte kennzeichnen Sie den Verantwortungsbereich der Kommunikationsabteilung Ihres Hauses

	gehört zur Abteilung	andere Abteilung	wird nicht aktiv betrieben
Presse/Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit	79 (94.05%)	1 (1.19%)	0 (0.00%)
Marketing/Werbung	32 (38.10%)	35 (41.67%)	1 (1.19%)
interne Kommunikation	69 (82.14%)	6 (7.14%)	1 (1.19%)
Online/Internet/Web2.0	51 (60.71%)	19 (22.62%)	0 (0.00%)
Mitarbeiterzeitschrift	61 (72.62%)	3 (3.57%)	9 (10.71%)
Marke/Markenmanagement	37 (44.05%)	25 (29.76%)	5 (5.95%)
Lobbying	32 (38.10%)	22 (26.19%)	19 (22.62%)

2. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

Antwort	Anzahl	Prozent
Automobil	7	8.33%
Banken/Finanzen	10	11.90%
Bau/Immobilien	5	5.95%
Bekleidung	0	0.00%
Chemie	4	4.76%
Energie	2	2.38%
Ernährung/Genussmittel	1	1.19%
Gesundheit/Kliniken	5	5.95%
Handel	4	4.76%
Logistik	4	4.76%
Maschinenbau	4	4.76%
Medien/TV/Verlage	4	4.76%
öffentliche Hand/Städte	0	0.00%
Soziales/Kirche	0	0.00%
Reise/Touristik/Hotel	5	5.95%
Telekommunikation/IT	5	5.95%
Verbände/Vereine	3	3.57%
Versicherung	3	3.57%
sonstiges	13	15.48%

3. Ich antworte für:

Antwort	Anzahl	Prozent
Konzern (=inklusive mehrere Tochterunternehmen/Standorte)	46	54.76%
Konzern (=exklusiv mehrere Tochterunternehmen/Standorte)	8	9.52%
Standort/Tochterunternehmen (=tätig innerhalb eines Konzerns)	10	11.90%
Unternehmen (Kommunikationstätigkeit ohne Konzernstrukturen)	16	19.05%

4. Wie viele Mitarbeiter sind in der Kommunikation insgesamt tätig? (inklusive Werbung, Online, Marke, Presse...)

Antwort	Anzahl	Prozent
1 Mitarbeiter	1	1.19%
bis 5 Mitarbeiter	18	21.43%
bis 10 Mitarbeiter	20	23.81%
bis 50 Mitarbeiter	18	21.43%
mehr als 50 Mitarbeiter	23	27.38%

5. Ist Ihre Abteilung eher eine Abteilung für Strategieentwicklung oder für -umsetzung?

Antwort	Anzahl	Prozent
Wir setzen vor allem Strategievorgaben um	9	10.71%
Wir entwickeln vor allem selbst Kommunikationsstrategien	14	16.67%
Bei uns ist Strategieentwicklung und -umsetzung gleich wichtig	56	66.67%

6. Wie bekommen Sie als Kommunikationsabteilung Aufträge, aus der Organisation? Von wem werden Ihnen die Aufträge erteilt?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ich bekomme Aufträge vor allem vom Geschäftsführung/Vorstand	52	61.90%
Ich bekomme Aufträge vor allem von (Projekt-)Leitern anderer Abteilungen	19	22.62%
Mir werden meist keine Aufträge erteilt. Die Abteilung gestaltet ihre Aufträge selbst und stellt diese Geschäftsführung/Vorstand/Abteilungen vor	41	48.81%
sonstiges	4	4.76%

7. Erfolgt die Arbeit Ihrer Abteilung mit Hilfe von Zielen?

Antwort	Anzahl	Prozent
Zielplanung ist in der Kommunikation nicht üblich	5	5.95%
Ich habe selbst keine Ziele, gebe aber meinen Mitarbeitern Projektziele	2	2.38%
Ich bekomme <u>Kostenziele</u> von Geschäftsführung/Vorstand vorgegeben	16	19.05%
Ich bekomme <u>Kommunikationsziele</u> von Geschäftsführung/Vorstand vorgegeben.	39	46.43%
Kommentare	15	17.86%

8. Wenn ja: mit welchen Zielen wird die Kommunikation geführt? (Bitte Zieldimensionen nennen: Kommunikationsziele, Kostenziele, instrumentelle Ziele...)

Antwort	Anzahl	Prozent
keine Ziele	4	4.76%
vor allem Budget-/Kostenziele	23	27.38%
vor allem Erreichung bestimmter Zielgruppenwerte wie Bekanntheit, Akzeptanz usw.	61	72.62%
andere Ziele wie:	9	10.71%

andere Ziele wie:

Stärkung der lokalen Medienresonanz
Durchführung von Maßnahmen
Image, Wachstumsziele, Kosten-Nutzen-Ziele
Ziele müssen messbar sein
strategische Ziele
Besucherwerbung, Image
an Projekte geknüpfte Ziele
alle oben beschriebenen Ziele.
Wahrnehmungsziele ...
positives Image ...
wird jährlich definiert ...
zusätzlich Zielbeiträge für Umsatzsteigerung...

9. Wird Ihr Unternehmen insgesamt mit einer Balanced Scorecard geführt?

Antwort	Anzahl	Prozent
Nein	43	51.19%
Nein, wir denken aber darüber nach/sind in Vorbereitung	11	13.10%
Ja	26	30.95%

10. Wenn ja: Ist die Kommunikation ein ausgewiesener Teil der Balanced Scorecard?

Antwort	Anzahl	Prozent
Nein	32	38.10%
Nein, wir denken aber darüber nach/sind in Vorbereitung	9	10.71%
Ja	19	22.62%

11. Wie ist die aktuelle Struktur der Kommunikationsabteilung entstanden?

Antwort	Anzahl	Prozent
Über die Jahre gewachsen	50	59.52%
Erst jüngst so neu organisiert	30	35.71%

12. Gibt es einen Leistungsbericht der Kommunikationsabteilung?

Antwort	Anzahl	Prozent
Ja, analog zum Leistungsbericht anderer Abteilungen (Zielvorgaben, Zielerreichung...)	36	42.86%
Ja und zwar folgendermaßen	19	22.62%
Nein	26	30.95%

Ja und zwar folgendermaßen

Projektorientiert ...

Medienresonanzauswertung ...

Wertschöpfungsbericht gem. Norton...

qualitativer Report

Ja und zwar folgendermaßen

biweekly intern ...
interne Präsentationen, Medienresonanzanalyse
Medienresonanzanalysen, Werbe- und Image
Monatsbericht
Regelkommunikation in der Geschäftsführung ...
Jahrespressebericht mit Medienresonanzanalyse ...
monatliches Reporting an Geschäftsleitung ...
qualitative Medienauswertung
Jahresbilanz
Medienresonanzanalyse
Es gibt monatliche Leistungsberichte ...
im Sinne eines speziellen CorpCom reports ...
Medienanalysen für Vorstand
Im Rahmen des jährlichen Gesprächs ...
Kapitalmarktbewertung, Medienresonanz ...

13. Wurde die Abteilung Kommunikation Ihres Unternehmens schon mal restrukturiert? (Mehrfachantworten möglich)

Antwort	Anzahl	Prozent
keine Restrukturierung der Kommunikation bisher	17	20.24%
ja, vor allem Strukturen	23	27.38%
ja, vor allem Prozesse	9	10.71%
ja, vor allem Mitarbeiterkapazitäten	11	13.10%
ja, vor allem Mitarbeiterzuordnung	4	4.76%
ja, vor allem Aufgabenzuordnung	13	15.48%
Sonstiges	3	3.57%

Sonstiges

neue Führung/Struktur
...und Prozesse (Mehrfachantworten unmöglich...)
Strukturen, Prozesse und Aufgabenzuordnung...
Wachstum ->ständiger Optimierungsprozess...

14. Aus welchem Grund wurde die Kommunikationsabteilung restrukturiert?

Antwort	Anzahl	Prozent
bisher keine Restrukturierung der Kommunikationsabteilung	16	19.05%
vor allem Kostensenkung	10	11.90%
vor allem bessere Aufgabenerfüllung	51	60.71%

15. Was war der Anlass der Kommunikations-Restrukturierung?

Antwort	Anzahl	Prozent
bisher keine Restrukturierung der Kommunikationsabteilung	17	20.24%
Vorgabe vom Vorstand	16	19.05%
Fusion/Verkauf/Restrukturierung des Unternehmens	11	13.10%
Veranlassung eines neuen Kommunikationschefs	18	21.43%
Beratungs- /Agenturempfehlung	1	1.19%
Sonstiges	13	15.48%

Sonstiges

Eigeninitiative, ...
neue Ideen
Eigenoptimierung
generelle strategische Neuausrichtung ...
Neuer Vorstand
k.A.
Sinnvollere Organisation
Negative Erfahrungen aus dem Tagesgeschäft...
Anpassung an Veränderungen der Konzernstrukturen...
ständiger Prozess der Anpassung
Prozessoptimierung
Einstellung eines Marketingleiters
Unternehmenswachstum

16. Wurden die Ziele, die mit der Restrukturierung verfolgt werden erreicht?

Antwort	Anzahl	Prozent
bisher keine Restrukturierung der Kommunikationsabteilung	18	21.43%
ja	46	54.76%
nein	1	1.19%
Was wurde erreicht? (Kommentare)	9	10.71%
Was wurde nicht erreicht? (Kommentare)	2	2.38%

Was wurde erreicht? (Kommentare)	Was wurde nicht erreicht? (Kommentare)
	erneute Restrukturierung steht bevor
Kostentransparenz + Planungssicherheit	Integrierter Ansatz
Entlastung des Leiters Market/ÖA	Noch keine klare Gesamtstrategie ...
klare Aufgabenverteilungen und Prozesse.	
läuft noch... erreicht wurde Rebranding	
Klarere strategische Ausrichtung, Intern	
k.A.	
Kostensenkung	
Synergieeffekte durch Zusammenführung ...	es fehlt an Unternehmenszielen ...
Kostensenkung	
noch in der Restrukturierung	
Es gibt mehr verantwortliche Köpfe	
Bisher noch nicht absehbar	
Noch zu frisch	
Integration verschiedener Medien ...	
effizientere Abwicklung ...	
Personalkostenreduzierung	Eigenverantwortlichkeiten der anderen Bereiche

17. Was hat den Erfolg der Restrukturierung der Kommunikationsabteilung besonders beeinflusst?

	trifft sehr zu	trifft weniger zu	trifft gar nicht zu
Die dadurch verursachten Kosten	13 (15.48%)	22 (26.19%)	19 (22.62%)
Die erhöhte Arbeitsbelastung	27 (32.14%)	18 (21.43%)	7 (8.33%)
Die ungewohnten Aufgaben/Abläufe	8 (9.52%)	29 (34.52%)	14 (16.67%)
Die Ziele der Restrukturierung	36 (42.86%)	10 (11.90%)	6 (7.14%)
Mangelnde Akzeptanz der betroffenen Mitarbeiter	4 (4.76%)	19 (22.62%)	26 (30.95%)
Mangelnde Unterstützung von Geschäftsführung/Vorstand	2 (2.38%)	12 (14.29%)	37 (44.05%)
sonstiges	3 (3.57%)	2 (2.38%)	9 (10.71%)

18. Ich gehöre folgender Führungsebene an:

Antwort	Anzahl	Prozent
Erste Führungsebene	17	20.24%
Zweite Führungsebene	44	52.38%
Dritte Führungsebene	9	10.71%
Sonstige	2	2.38%
Stab	7	8.33%
Keine Führungsebene	1	1.19%

19. Ich habe Personalverantwortung:

Antwort	Anzahl	Prozent
ja	68	80.95%
nein	12	14.29%

21. Wie groß ist das Unternehmen/Konzern?

Antwort	Anzahl	Prozent
bis 100 Mitarbeiter	6	7.14%
bis 500 Mitarbeiter	11	13.10%
bis 1.000 Mitarbeiter	11	13.10%
bis 5.000 Mitarbeiter	21	25.00%
mehr als 5.000 Mitarbeiter	30	35.71%

Public Relations - ein Handbuch.

Ein gemeinsames Projekt von:

- | Prof. Dr. Jan Lies (Hg.)
- | Prof. Dr. Michael Kleinjohann
- | Prof. Dr. Christina Vaih-Baur

Mit 80 Begriffen von der Produkt-PR bis zur PR-Theorie werden auf jeweils wenigen Seiten die zentralen Themen und Probleme der Public Relations für Lehre und Praxis vorgestellt.

2008, UTB/UVK

Mehr unter www.handbuch-public-relations.de

